

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN ONLINE SHOP
SUGABUGA.ID DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN**

Skripsi

Oleh:

Dimas Tantowi Yahya

201910415136



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2023**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran
Online Shop Sugabuga.id Dalam
Meningkatkan Penjualan

Nama Mahasiswa : Dimas Tantowi Yahya

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910415136

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 18 Juli 2023



Pembimbing

A handwritten signature in blue ink, which appears to read 'Yudhistira', is placed above the printed name of the supervisor.

Yudhistira Ardi Poetra, S.I.Kom., M.I.Kom

NIDN. 0713129301

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran
Online Shop Sugabuga.id Dalam
Meningkatkan Penjualan

Nama Mahasiswa : Dimas Tantowi Yahya

Pokok Mahasiswa : 201910415136

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 18 Juli 2023

Jakarta, 28 Juli 2023

MENGESAHKAN,

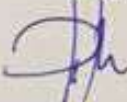
Ketua Penguji : Dr.Dwinarko, M.M.
NIDN 312026604

Penguji : Yudhistira Ardi Poetra, S.I.Kom., M.I.Kom.
NIDN 0713129301

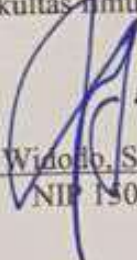
Sekretaris Penguji : Fikri Reza, S.IP., M.Si.
NIDN 0330077702

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi


Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si
NIP 2109527

Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi


Dr. Aan Widodo, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP 1504222

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi yang berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran *Online Shop* Sugabuga.id Dalam Meningkatkan Penjualan” Ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain, kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya yang dibuat ini, saya sebagai penulis bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang ada.

Saya memberikan izin skripsi ini dipinjam dan digandakan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya .

Saya juga memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 28 Juli 2023

Yang membuat pernyataan,



Dimas Tantowi Yahya

NPM : 201910415304

ABSTRAK

Dimas Tantowi Yahya 201910415136. Strategi Komunikasi Pemasaran *Online Shop* Sugabuga.id Dalam Meningkatkan Penjualan.

Penelitian ini mengenai strategi komunikasi pemasaran *online shop* Sugabuga.id dalam meningkatkan penjualan. Dalam penelitian yang dilakukan, penulis ingin mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemasaran *online shop* sugabuga.id dalam meningkatkan penjualan. Dalam hal ini, apakah Sugabuga.id memiliki konsep atau strategi pemasaran yang sama dengan *online shop* lainnya atau malah memiliki konsep strategi pemasaran tersendiri. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dan dibahas secara deskriptif. Penulisan menggunakan Purposive Sampling dalam memperoleh informan. Data yang digunakan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan strategi komunikasi pemasaran yang digunakan seperti produk, promosi, harga dan foto produk dengan konsep penjualan. Faktor-faktor yang meningkatkan penjualan *online shop* sugabuga.id, seperti, memilih saluran distribusi Instagram, tiktok dan shopee untuk melakukan pemasaran serta penjualannya. *Online shop* sugabuga menentukan modal untuk produknya untuk mencapai laba yang maksimal, sugabuga.id memberikan harga yang sudah ditentukan yaitu harga yang terjangkau pasar sasaran yang ditentukan sugabuga.id. Foto produk yang memiliki kualitas dan produk yang dijual oleh *online shop* sugabuga.id unik serta berkualitas, menjadikan konsumen tertarik untuk membeli produk *reworked fashion* di *online shop* sugabuga.id, dan hal tersebut yang menjadikan penjualannya meningkat.

Kata kunci : Strategi Komunikasi Pemasaran, *Online Shop*, Meningkatkan Penjualan, *Reworked Fashion*

ABSTRACT

Dimas Tantowi Yahya 201910415136. *Strategy Marketing Communication Online Shop Sugabuga.id in Increasing Sales.*

This research is about Sugabug.id's online shop marketing communication strategy in increasing sales. In the research conducted, the authors wanted to find out how the online shop sugabug.id marketing communication strategy in increasing sales. In this case, does Sugbuga.id have the same concept or marketing strategy as other online shops or even has its own marketing strategy concept. The method used in this study is a qualitative method and discussed descriptively. Writing using Purposive Sampling in obtaining informants. The data used through in-depth interviews, observation, and documentation. The results of the research show the marketing communication strategies used such as products, promotions, prices and product photos with the selling concept. Factors that increase online shop salessugabuga.id, like, choose Instagram, TikTok and Shopee distribution channels to carry out marketing and sales. Online shop Sugabuga.id determines the capital for its products to achieve maximum profit, sugabuga.id provides a predetermined price, which is a price that is affordable for the target market determined by sugabuga.id. Product photos that have quality and the products sold by online shop Sugabuga.id are unique and of high quality, making consumers interested in buying reworked fashion products at the online shop Sugabuga.id, and this is what makes their sales increase.

Keywords: *Marketing Communication Strategy, Online Shop, Increasing Sales, Reworked Fashion*

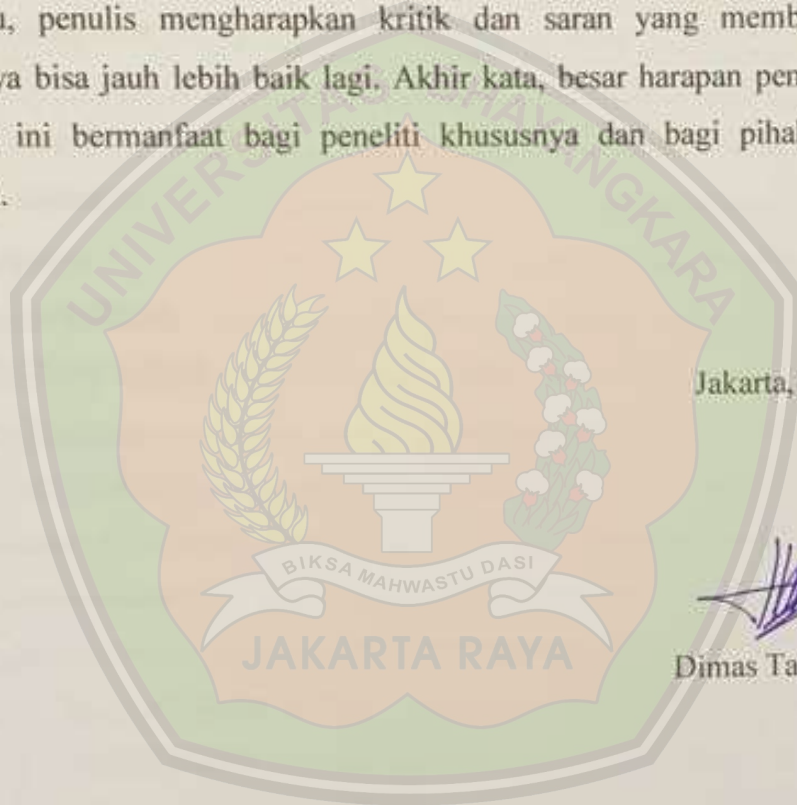
KATA PENGANTAR

Puji Syukur kami ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya. Alhamdulillah atas hidayah dan inayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang berjudul “**Strategi Komunikasi Pemasaran Online Shop Sugabuga.id Dalam Meningkatkan Penjualan**”. Pada kesempatan kali ini, penulis juga hendak mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada kedua Orang Tua Penulis yang sangat penulis hormati dan sayangi serta suport yang diberikan dan rasa sabar mereka yang besar dan kepada rekan-rekan yang secara langsung maupun tidak langsung sedikit banyak telah membantu dalam proses pengerjaan penelitian ini sehingga penelitian ini dapat terselesaikan. Kemudian kepada :

1. Bapak Irjen Pol (Purn) Prof. Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Bapak Dr. Aan Widodo, S.I.Kom., M.I.Kom, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
3. Bapak Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
4. Bapak Yudhistira Ardi Poetra, S.I.Kom., M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, saran, serta dukungannya kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Bapak Dr. Ari Sulistyanto, S.Sos., M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing Akademik dan seluruh Bapak/Ibu Dosen fakultas ilmu komunikasi, yang telah banyak memberikan arahan, saran, serta dukungan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Mas Sigit Pujo Aryanto selaku owner Sugabuga.id yang menjadi narasumber dan bersedia memberikan banyak informasi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
7. Mas Febriansyah Tribudi selaku fotografer yang menjadi narasumber dan bersedia memberikan banyak informasi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

8. Ira Nur, Arief Fadilah, Najwa Laylihadi, Kiki Pipit, Win Mario, Susanti, Ravinda, Maylisa, Ariq Bayu, Rifqi Ramadhani, Roy Putra, Aditya, Aryadi, Azhar Adam, Daren, Michael Futura dan Bagus Rizqianto yang sudah memberikan dukungan serta semangat untuk penulis.
9. Serta teman-teman Fikom 2019 yang sedang berjuang dalam menyelesaikan penelitian juga.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar kedepannya bisa jauh lebih baik lagi. Akhir kata, besar harapan penulis semoga penelitian ini bermanfaat bagi peneliti khususnya dan bagi pihak lain pada umumnya.



Jakarta, 28 Juli 2023

Penulis,

Dimas Tantowi Yahya

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR BAGAN	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian	6
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	7
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	7
1.5.2 Manfaat Praktis	7
1.6 Sistematika Penelitian.....	7
BAB II TELAAH PUSTAKA	9
2.1 Telaah Teoritis	9
2.2.1 Komunikasi Pemasaran.....	9
2.2.2 Strategi Komunikasi Pemasaran	10
2.2.3 Produk.....	11
2.2.4 Fotografi	12
2.2.5 Foto Produk	13
2.2.6 Penjualan.....	14

2.2.7	Pemasaran Online	15
2.2	Telaah Empiris.....	16
2.3	Kerangka Pemikiran	20
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		22
3.1	Desain Penelitian	22
3.2	Metode Penelitian	23
3.3	Informan Penelitian	23
3.4	Teknik Pengumpulan Data	24
1.	Wawancara	24
2.	Observasi	25
3.	Dokumentasi	26
3.5	Teknik Analisis Data	27
3.6	Teknik Keabsahan Data.....	28
3.7	Lokasi Dan Waktu Penelitian	28
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		30
4.1	Hasil Penelitian.....	30
4.1.1	Profil <i>Online Shop</i> Sugabuga.id.....	30
4.1.2	Produk <i>Online Shop</i> Sugabuga.id	31
4.1.3	Media Sosial Sugabuga.id.....	32
4.1.4	Visi dan Misi <i>Online Shop</i> Sugabuga.id.....	33
4.1.5	Struktur <i>Online Shop</i> Sugabuga.id.....	34
4.1.6	Profil Informan	34
4.1.6.1	Profil Informan Key Informan	35
4.1.6.2	Profil Informan II.....	35
4.1.6.3	Profil Informan III	36
4.1.6.4	Profil Informan IV	37
4.1.7	Strategi Komunikasi Pemasaran	37
4.1.8	Penjualan.....	41
4.2	Pembahasan	44
BAB V PENUTUP.....		49
5.1	Kesimpulan.....	49

5.2	Saran	50
-----	-------------	----

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Rincian dan Waktu Penelitian.....	29
Tabel 4.1 Struktur online shop Sugabuga.id.....	34



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Beranda akun instagram Sugabuga.id	4
Gambar 1.2 Foto produk <i>windbreaker</i>	5
Gambar 1.3 Data penjualan Sugabuga.id	6
Gambar 4.1 Logo <i>Online Shop</i> Sugabuga.id.....	30
Gambar 4.2 Produk <i>Reworked</i> Sugabuga.id.....	31
Gambar 4.3 Grafik penjualan Sugabuga.id.....	32
Gambar 4.4 Media Sosial Sugabuga.id.....	32
Gambar 4.5 Profil Informan I.....	35
Gambar 4.6 Profil Informan II.....	35
Gambar 4.7 Profil Informan III.....	36
Gambar 4.8 Profil Informan IV.....	37



DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran	20
------------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Daftar Riwayat Hidup

Lampiran 2 : Pedoman Wawancara

Lampiran 3 : Transkrip Wawancara

Lampiran 4 : Tabel Reduksi Data

Lampiran 5 : Dokumentasi Penelitian

Lampiran 6 : Kartu Bimbingan

Lampiran 7 : Form Perbaikan

